



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Iklan merupakan media yang seringkali digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa kepada masyarakat. Konteks yang persuasif menjadikan iklan lebih diminati berbagai perusahaan untuk dapat mempromosikan barang atau jasa yang dimilikinya. Selain persuasif, iklan memberikan dampak kepada khalayak untuk mengikuti gaya atau trend dari informasi yang disajikan melalui media (Bharata & Triadi, 2010, Hlm. 3). Media yang digunakan dapat berupa media elektronik atau media cetak. Televisi adalah salah satu media elektronik audio visual yang dapat memuat tayangan iklan secara cepat dengan jangka waktu yang berulang. Pada dasarnya iklan juga memiliki story telling yang baik seperti film pada umumnya, hanya saja mungkin durasi atau cara penggarapannya sedikit berbeda.

Iklan yang ditayangkan merupakan hasil kreatif yang diciptakan melalui suatu proses produksi. Produksi iklan melibatkan pihak *Agency* dan *Production House*. *Agency* mengelola proses kreatif dalam batasan ide sedangkan *production house* mengelola ide yang diberikan oleh *agency* menjadi sebuah iklan yang layak untuk ditampilkan pada setiap *channel* televisi.

Dalam sebuah rumah produksi atau *production house* terdapat beberapa tim dan proses produksi yang meliputi: tahap pra produksi yakni mempersiapkan segala sesuatu sebelum *shooting*, tahap produksi dimana seluruh tim memulai *shooting* dan tahap pasca *produksi* yang meliputi proses editing hingga memberikannya kepada stasiun televisi. Tim produksi iklan sama dengan tim pembuat film lainnya yang terdiri dari tim inti: produser, sutradara, kameramen, art, dan lain-lain.

Untuk semakin mendalami dan mengetahui aturan serta *standart* kualitas pada dunia periklanan ini, maka penulis melakukan praktek kerja magang di sebuah rumah produksi Growing Up Films yang berlokasi di Jalan Brawijaya 1B No. 88, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Sebagai seorang asisten produksi,

penulis bertanggung jawab atas keseluruhan produksi dari awal hingga produksi selesai (Facharuddin, 2012, 458). Praktek kerja magang yang dilakukan penulis merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana seni (S.Sn) dan mendapatkan pembelajaran secara nyata melalui pengalaman kerja serta menerapkan ilmu yang telah didapatkan pada kondisi praktek yang sesungguhnya. Selain itu, penulis juga berharap mendapatkan koneksi sebagai bekal penulis dikemudian hari.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Unuversitas mengadakan program kerja magang bagi mahasiswa tingkat akhir untuk dapat lebih mengenal dunia kerja yang nantinya akan dilalui oleh setiap mahasiswa, termasuk penulis. Program kerja magang ini juga dapat memberikan pengetahuan secara langsung dengan keikutsertaan mahasiswa dalam setiap *project* yang dilakukan bersama pihak yang berpotensi dibagiannya masing-masing. Bagi penulis dapat langsung terjun ke dunia pekerjaan, terutama pembuatan iklan mengharuskan penulis untuk:

- 1) Dapat beradaptasi dengan setiap tim yang terbentuk.
- 2) Mengetahui secara *detail* proses kerja pembuatan iklan, terutama sebagai seorang asisten produksi.
- 3) Mampu menyelaraskan pengetahuan yang telah dipelajari di kampus dengan praktek dunia kerja.
- 4) Mengembangkan potensi diri dalam menyelesaikan hambatan yang muncul dalam praktek kerja magang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu yang ditempuh penulis dalam melakukan praktek kerja magang dalam rumah produksi Growing Up Films ialah selama dua bulan, mulai dari tanggal 03 Maret 2014 hingga tanggal 02 Mei 2014 selama melakukan kerja magang, penulis diwajibkan untuk masuk setiap hari Senin hingga Jumat pada pukul 09.00 sampai selesai. Namun, jika terdapat *schedule project* di hari Sabtu atau Minggu, penulis juga diharuskan untuk datang dan menjalankan tugas yang harus diselesaikan.

Prosedur pelaksanaan kerja magang dapat diambil ketika mahasiswa sudah menyelesaikan minimal 110 SKS. Penulis yang sudah menyelesaikan lebih dari 110 SKS memutuskan untuk mengambil mata kuliah internship di semester akhir. Penulis mengambil dan mengisi formulir KM-01 dan KM-02 di bagian administrasi Universitas Multimedia Nusantara. Surat pengantar magang (KM-02) penulis ajukan kepada rumah produksi Growing Up Films bersama dengan daftar riwayat hidup yang telah penulis buat. Kemudian, penulis mendapatkan surat keterangan sebagai tanda bahwa permohonan penulis untuk melakukan praktek kerja magang di tempat tersebut telah disetujui pada tanggal 03 Desember 2013. Surat tersebut, penulis berikan kepada pihak kampus untuk dapat mengambil form kartu kerja magang (KM-03), form kehadiran kerja magang yang harus diisi setiap hari kerja (KM-04), form laporan realisasi magang yang diisi setiap minggu (KM-05), form penilaian kerja magang (KM-06) hingga form tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07).

Penulis sebagai asisten produksi di rumah produksi Growing Up Films dibimbing langsung oleh Yonpet Derusti selaku Executive Producer. Beliau sebagai pembimbing menjelaskan kepada penulis mengenai aturan yang berlaku dalam rumah produksi Growing Up Films, memperkenalkan kepada setiap tim produksi yang terbentuk dan memberi tahu proses yang harus dilakukan sebagai seorang asisten produksi.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A